

## RSA - GRANDES EMPRESAS Y EMPRESAS PÚBLICAS

---

### Empresa evaluada

**ATLAS COPCO - GRUPOS ELECTRÓGENOS  
EUROPA**  
CIF:A50324680  
Polígono Pitarco II, Parcela 20.  
50450 - MUEL  
Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

Grupos Electrógenos Europa, S.A.U.

#### 02 - Dirección - CP - Población

P.I. El Pitarco, II parcela 20  
50450 Muel  
Zaragoza

#### 03 - Sector. Actividad

Fabricación de Grupos Electrógenos, Torres de iluminación, Sistemas de Almacenamiento de Energía y bombas hidráulicas.

#### 04 - Año comienzo actividad.

La actividad de la empresa comenzó en 1989 como Grupos Electrógenos Gesán, posteriormente el 1 de Noviembre de 2012. se realizó el cambio de denominación social a Grupos Electrógenos Europa, S.A.U siendo filial de la multinacional Atlas Copco.

#### 05 - Número de personas empleadas

235 empleados.

#### 06 - Persona contacto

Juan Cánovas Carrillo Vice President Human Resources

#### 07 - E-mail persona contacto

[juan.canovas@es.atlascopco.com](mailto:juan.canovas@es.atlascopco.com)

#### 08.- Página web

<https://www.atlascopco.com>

### GENERAL

#### Tendencias Globales

**1.- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:  
Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de**

### **la legalidad)**

- **Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)**
- **Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc)**
- **Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)**
- **Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc)**

### **1.1, Información adicional**

Nuestra empresa analiza el contexto en el que se encuentra identificando nuestras partes interesadas, averiguando sus necesidades y expectativas, determinando los riesgos y oportunidades para nuestra actividad y finalmente estableciendo planes de acciones, métricas y objetivos. Todo este proceso es auditado con carácter anual por una tercera parte y forma parte de nuestro sistema de gestión que integra Responsabilidad Social, Seguridad y Salud Laboral, Medio Ambiente y Energía y Calidad.

Planteamos objetivos e indicadores basándonos en cinco prioridades que son, además de los financieros:

- 1.- Ética
- 2.- Seguridad y Salud
- 3.- Personas
- 4.- Entorno (Sociedad y Medio Ambiente).
- 5.- Innovación

Y los revisamos de forma periódica para controlar y alcanzar los objetivos planteados, de manera, que aseguremos el futuro de la empresa a largo plazo.

No en vano, nuestra misión es la de tener un Crecimiento Sostenible y Beneficioso lo que significa que somos una empresa que busca permanecer en el mercado para siempre.

### **Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales**

#### **2.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se incluyen los aspectos sociales y ambientales?**

##### **2.1. Información adicional**

Los horizontes de planificación son a corto (1 año o menos), medio (3 años) y largo plazo (2030). En estos horizontes se planifican actuaciones con carácter voluntario provenientes de nuestras partes interesadas y de información del contexto de la organización.

La planificación a corto plazo es dinámica y es enriquecida con las condiciones cambiantes que se van produciendo. Toda ella se refleja en un documento llamado PDCA y que son auditados en las diferentes auditorias que recibe nuestra empresa.

#### **3.- ¿Existe presupuesto o un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión en proyectos sociales y/o medioambientales?**

##### **3.1. Información adicional.**

Sí existe un presupuesto general por partidas para la ejecución de acciones concretas en los diversos procesos. No obstante, si se modifica el contexto u aparecen nuevos riesgos u oportunidades se establecen partidas extraordinarias para la realización de acciones que minimicen el efecto de los primeros o potencien el de los segundos.

## **Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders**

**4.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros.**

### **4.1. Información adicional**

Grupos Electrónicos Europa S.A.U. tiene identificados sus grupos de interés que son: Accionistas, Clientes, Empleados y futuro talento, Proveedores/Socios Comerciales, Medio Ambiente y Sociedad. Esta identificación se revisa anualmente.

**5.- ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?**

### **5.1. Información adicional**

Tras la identificación de los grupos de interés se realiza una identificación de necesidades y expectativas. Esta identificación se realiza por varios métodos incluyendo encuestas, entrevistas, visitas, reuniones, etc. o apoyándonos en documentación emitida por nuestro grupo industrial. Las acciones para satisfacer esas necesidades y expectativas se integran en nuestros planes de acción (PDCAs) con el consiguiente seguimiento periódico.

## **Gobierno de la organización**

**6.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la organización y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la organización?**

### **6.1.. Información adicional.**

Tenemos un Código de Ética Empresarial, que se llama Business Code of Practice (BCoP), y que recoge todos los aspectos éticos con los que nuestra organización considera debemos realizar todas nuestras actividades. Este Código de Ética Empresarial es asumido por el 100% del personal, independientemente de su cargo, así como se realizan formaciones anuales para evitar que el personal lo olvide.

Además de nuestro personal, este código de ética se extiende a nuestros socios comerciales y proveedores significativos de los que esperamos se adhieran. En caso contrario, estamos obligados a buscar alternativas y romper la relación.

**7.- ¿Existen vías o canales para comunicar posibles incumplimientos del código ético?**

### **7.1. Información adicional**

Además de la línea jerárquica de la empresa, de nuestro departamento de Recursos Humanos, disponemos de una línea de correo electrónico (Hotline) en la que podemos denunciar de forma anónima y confidencial hechos que estén en contra de nuestro Código de Ética. Esta Hotline está publicitada por toda la empresa y es conocida por todos los empleados (Speak Up!).

**8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la organización la cultura (razón de ser de la organización, valores, ...) y los objetivos de la organización?**

**8.1 Información adicional**

Sí son conocidos por todo el personal de la organización.

Principalmente la cultura se transmite a través de la formación con el "Atlas Copco book" que es recibida por el 100% del personal y actualizada cada vez que se modifica la versión del documento. (Versión 12 a fecha 19/04/2022)

Los objetivos generales son transmitidos al primer nivel de mando, los directores, por el Director General. Asimismo, en aras a la transparencia, estos objetivos son transmitidos también al resto de la organización por el propio Director General en diversas reuniones.

Los objetivos particulares de los procesos son comunicados por el propietario de los mismos a las partes interesadas. Asimismo se generan acciones y planes específicos para su consecución.

**9.- ¿Existe un manual de prevención de riesgos penales y canales adecuados para comunicar la existencia de comportamientos no éticos dentro de la organización?. ¿Su organización participa de alguna forma en la cadena de valor de organizaciones afectadas por la Directiva de Diligencia Debida?**

**9.1. Información adicional**

Disponemos de un Manual de Prevención de Delitos Penales desde junio de 2015, puesto a disposición de los trabajadores a través de la intranet de la empresa. En el mismo se indican los canales que pueden ser utilizados para denunciar cualquier comportamiento delictivo o sospechoso de serlo.

**Plan de Responsabilidad Social**

**10.- Respecto a la Responsabilidad Social ¿En qué situación se encuentra su organización en este momento?**

**10.1. Información adicional.**

Disponemos de planes de Responsabilidad Social en diversas áreas, sobre las que destaca las áreas de Medio Ambiente, Promoción de la Salud y colaboración con entidades de diversa índole.

**11.- En caso de existir un plan de Responsabilidad Social o acciones concretas, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento del plan?**

### **11.1. Información adicional.**

Disponemos de indicadores y objetivos que se consolidan y se reportan a nivel del grupo industrial formando parte de la memoria general de Atlas Copco.

Revisamos de forma periódica los requisitos legales que afectan a nuestra organización y tenemos herramientas y participamos en grupos de trabajo internacionales para anticiparnos a determinados cambios legales que pueden afectar al mercado y, por ende, a nuestros productos (Substance of Concern).

## **CLIENTES**

### **Satisfacción de cliente**

#### **12.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes?**

##### **12.1. Información adicional**

Sí, disponemos una metodología de evaluación de la satisfacción de nuestros clientes mediante encuestas en la que obtenemos una puntuación global conocida como NPS (Net Promoter Score) que mide si el cliente nos recomendaría o no. Asimismo, recogemos mucha más información que nos sirve para mejorar nuestros procesos.

#### **13.- ¿Cómo identifica las mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los procesos de la organización?**

##### **13.1. Información adicional**

En la encuesta NPS, tal como se ha indicado anteriormente, vemos el grado de satisfacción de nuestros clientes con diversos aspectos. Asimismo, se identifican necesidades, expectativas? en definitiva puntos de mejora y se establecen acciones que se integran en nuestros planes de acción (PDCA). Dado que llevamos ya unos años realizándolas, podemos realizar comparaciones y comprobar el grado de éxito de las medidas acometidas.

### **Innovación en los productos y servicios**

#### **14.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y el mercado?**

##### **14.1. Información adicional.**

Disponemos de un departamento integrado dentro de ingeniería de producto solo dedicado a la prospección de nuevas tecnologías y aplicación de las mismas en nuestros productos presentes o futuros. Este departamento actúa de forma planificada disponiendo de indicadores de medición de su trabajo.

## **Calidad de los productos y servicios**

### **15.- ¿Cómo realiza su organización la producción del producto o la prestación del servicio?**

#### **15.1. Información adicional.**

La estrategia de la empresa ha sido modificada para estar alineada con las expectativas y necesidades de nuestras partes interesadas motivando incluso el cambio del catálogo de nuestros productos a corto medio plazo para reducir los impactos ambientales y sociales. No contentos con ello, se ha desarrollado una herramienta para evidenciar estas reducciones de impactos y cuyo resultado se informa a los clientes. Incluso se va a poner a disposición de los centros de clientes esta herramienta para que puedan realizar las simulaciones que consideren oportunas y puedan tener, no solo la mejor oferta desde el punto de vista económico, sino también desde el punto de vista ambiental considerando la huella de carbono y el ciclo de vida del producto.

Esta aplicación permiten mejorar la circularidad de nuestros productos ya que permiten, incluso, comparar distintas opciones atendiendo a criterios de vida útil.

### **16.- ¿Cuáles son las características del servicio post venta de su organización?**

#### **16.1. Información adicional.**

El mismo departamento de Service se encarga del servicio integral de los productos y servicios comercializados. Asimismo, este proceso es una pieza importante para la mejora de nuestros productos y servicios ya que recoge necesidades y expectativas de nuestros clientes.

Este servicio es integral porque gestiona las garantías del producto o servicio, el mantenimiento de los equipos, el final de la vida útil del mismo y la dotación de repuestos.

## **Transparencia informativa sobre el producto o servicio**

### **17.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?**

#### **17.1. Información adicional.**

La información de nuestros productos y servicios es transparente partiendo de que nuestro BCoP nos obliga a ello, por lo que, cualquier aspecto de la relación comercial debe quedar perfectamente definido y claro. Entre otra información se establecen las propias características de los equipos o servicios, la gestión en caso de reclamaciones, las condiciones de pago y entrega, etc. Además de los tradicionales canales de comunicación, disponemos aplicaciones específicas abiertas al cliente con información general de nuestra empresa y de los productos y servicios que comercializamos

## **PERSONAS EMPLEADAS**

### **Satisfacción de las personas empleadas**

## **18.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas?**

### **18.1. Información adicional**

Disponemos de encuestas de satisfacción realizadas de forma bianual conocidas como INSIGHT. De estas encuestas, al igual que las que miden la satisfacción de los clientes, obtenemos un indicador ENPS, que mide si nuestros trabajadores recomendarían a nuestra empresa a cualquier persona externa a la misma, e información relevante para poder acometer acciones de mejora que se integran en un plan de acción para su posterior implantación.

Desde el año 2020 las encuestas permiten compararnos con otras empresas a nivel mundial.

## **Igualdad de oportunidades y no discriminación**

### **19.- ¿Cómo se garantiza en su empresa el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultural)?**

#### **19.1. Información adicional**

Disponemos de un plan de no discriminación e igualdad de oportunidades de manera que todos nuestros trabajadores son tratados por igual, en un ambiente de respeto y multiculturalidad como queda reflejado en nuestro Código de Práctica Empresarial.

En las encuestas bianuales INSIGHT tenemos preguntas específicas para la medición de cuan respetados o discriminados se sienten nuestros trabajadores, así como la actuación de nuestra empresa en favorecerlo.

## **Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral**

### **20.- En cuanto la conciliación entre vida personal, familiar y laboral, ¿cuenta su organización con medidas que faciliten su equilibrio?**

#### **20.1. En el caso de existir actuaciones específicas en materia de corresponsabilidad y conciliación personal, familiar y laboral, especificarlas.**

Disponemos de medidas específicas para la conciliación del personal que permiten una conciliación efectiva. Disponemos de dos colectivos en la que la conciliación se trata de manera diferente, fábrica y oficinas. Disponemos de un paquete de medidas generales para ambos y en el caso de oficinas uno adicional que permite la total flexibilidad de horarios.

También disponemos de la opción del teletrabajo.

## **Formación y desarrollo profesional**

### **21.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas**

**empleadas?**

### **21.1. Información adicional.**

La empresa identifica las necesidades de formación por dos vías: Las evaluaciones anuales y las demandas puntuales,

La primera, a través de las evaluaciones anuales de desempeño donde se indican aquellas necesidades formativas o propuestas tanto por parte del responsable como del trabajador entrevistado. Todas estas se recogen en un plan de formación.

La segunda por demanda puntual bien de un mando para un colectivo o de un trabajador ante una nueva necesidad. Estas, también son incorporadas al plan de formación en la medida que se van solicitando.

## **22.- ¿Cómo gestiona el desarrollo de las personas en su organización?**

### **22.1. Información adicional**

En Atlas Copco tenemos una cultura en la que la apostamos por la formación continua para enriquecer a las personas fomentando el trabajo en entornos multidisciplinares e internacionales interactuando con otros miembros de la organización a nivel mundial. Además, nuestra cultura también tiene un componente de retroalimentación (feedback) por el que cualquiera puede dar una opinión a otra persona sobre sus actuaciones y finalmente tenemos las revisiones anuales de desempeño en las que el responsable de la persona revisa conjuntamente con el trabajador. También el trabajador puede dar feedback a la empresa en general lo cual se hace cada dos años anonimamente mediante la encuesta INSIGHT.

Respecto de las formaciones destacar que no son solo formaciones técnicas sino que se trata de formaciones en "softskills" a las que se les da tanta o más importancia que a las formaciones técnicas. Realmente uno puede formarse también en áreas ajenas a su puesto de trabajo ya que tenemos a nuestra disposición un catálogo de más de 100.000 cursos de temáticas variadas.

La carrera profesional es propia de cada persona y cada persona es la que debe comunicar a su superior sus metas y objetivos siendo el responsable de esta persona quién debe ayudarle a conseguir que su colaborador pueda alcanzar esas metas. Este punto forma también parte de nuestra cultura.

## **Seguridad y Salud**

### **23.- ¿Tiene implantados en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?**

#### **23.1. Información adicional.**

Somos una de las 6 únicas empresas españolas que pertenecen a la Red Española de Empresas Saludables y que ha sido seleccionada en dos ocasiones como finalista para representar a España en los premios europeos de prevención.

Además pertenecemos desde su fundación a la Red Aragonesa de Empresas Saludables y nuestro programa de salud "Sustainable Lifestyle" está siendo copiado por muchas

entidades a nivel nacional e internacional.

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

**24.- ¿Se han definido criterios de compra responsable para los productos, bienes y servicios?**

#### **24.1. Información adicional**

Disponemos Especificaciones Técnicas de Compra que recogen todos los aspectos exigibles a un proveedor entre los que destacamos:

- Cumplimiento de normativa en general
- Cumplimiento de estándares éticos.
- No utilización de productos químicos acorde a listado de sustancias emitidas por el grupo que recoge sustancias prohibidas o restringidas a nivel mundial.
- Criterios de Seguridad y Salud laboral con especial hincapié en aspectos ergonómicos
- Criterios Ambientales
- Criterios de Calidad.

Si alguna cuestión no hubiera quedado establecida, lo normal es incorporarla al contrato con el proveedor o, en su defecto, en el proceso de Coordinación de Actividades.

### **Clasificación y evaluación de proveedores**

**25.-¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren aspectos sociales y ambientales?**

#### **25.1. Información adicional**

La estrategia de compras exige la contar con proveedores de primer nivel, favoreciendo la compra a proveedores de proximidad, es decir, proveedores locales o en el entorno de los 300 Km, Para ser proveedor nuestro existen unos requisitos éticos cuyo no cumplimiento excluye la posibilidad de trabajar con nosotros.

Además, periódicamente, se realiza una evaluación en la que se tiene en cuenta no solo aspectos de calidad y servicio sino aspectos ambientales como por ejemplo la disponibilidad de certificación en la ISO 14001.

### **Homologación de proveedores**

**26.- ¿Existe en su empresa un proceso de Homologación de Proveedores?**

#### **26.1. Información adicional**

La homologación de los proveedores se realiza en función de su clasificación como significativos y no significativos adhiriéndose los significativos a nuestro código de ética empresarial. La adhesión al mismo se renueva obligatoriamente cada cinco años o en el

caso de que se modifique dicho código de ética.

## **Interacción con los proveedores**

**27. - ¿ Tienen establecidos mecanismos para relacionarse con los Proveedores y conocer su opinión?**

### **27.1. Información adicional**

Nuestros proveedores reciben comunicación de forma continua por nuestra parte a través del canal de comunicación B2Net. Asimismo, el contacto personal es constante a través del teléfono y reuniones periódicas para identificar su opinión, necesidades y expectativas. Ciertos proveedores son considerados a desarrollar y reciben un contacto más estrecho con continuas visitas a sus instalaciones con el objeto de ayudarles a mejorar sus procesos y productos.

## **SOCIAL**

### **Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos**

**28.- En cuanto a la implicación en la comunidad en la que desarrolla la actividad su organización, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?**

#### **28.1. Información adicional.**

Colaboramos actualmente con diversas entidades sociales y fundaciones. De forma continua con las siguientes:

- Caritas Aragon,
- Fundación Seur,
- Asociación española contra el cancer
- Nuestra fundación Water for all

asimismo se realizar labores de colaboración puntuales con otras ONGs..

### **Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio**

**29.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su organización?**

#### **29.1. Información adicional.**

Los proyectos son realizados en función de la dotación de los recursos existentes y las prioridades de la organización, Dentro de nuestras actuaciones sociales la principal es nuestra fundación Water for All que pretende dotar de agua potable aquellas comunidades que carecen de ella.

### **Transparencia con el entorno social de la organización**

**30.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se**

**comparten con las personas empleadas y otros grupos de interés, fomentando su participación e implicación activa?**

### **30.1. Información adicional**

Realizamos comunicaciones a través de diversos canales que llegan a la totalidad de nuestros trabajadores y colaboradores en las que compartimos las actuaciones que realizamos así como su planificación.

## **Comunicación y fomento de buenas prácticas**

**31.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?**

### **31.1. Información adicional**

Nuestra comunicación se realiza a través de todos los canales a nuestro alcance. Hemos tenido apariciones en prensa con motivo de nuestra colaboración en la carrera para recaudar fondos para un nuevo centro de Atades en la que fuimos los patrocinadores principales, en prensa por promover la empresa saludable desde la Cámara de Comercio de Zaragoza, somos invitados por el Instituto Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo para difundir nuestra buenas prácticas, etc..

## **AMBIENTAL**

### **Impacto ambiental**

**32.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?**

### **32.1. Información adicional**

Grupos Electrónicos Europa dispone de un sistema de Gestión integrado según la norma ISO 14001:2015 e ISO 50001:2018 que es auditado con carácter anual. Este hecho implica que nuestra empresa va más allá del mero cumplimiento legal (requisito de la ISO14001 y de la ISO 50001). Asimismo, también implica que se identifican y analizan los aspectos e impactos, establecen objetivos medioambientales, seguimiento de indicadores, planificación, ejecución y seguimiento de acciones, etc.

### **Compromiso frente al cambio climático**

**33.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?**

### **Economía circular**

**34.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?**

**34.1. Información adicional**

Recientemente se nos ha otorgado el sello de Aragon Circular por nuestro compromiso con la sostenibilidad y la circularidad.

Este enfoque hacia la circularidad nos ha venido motivado por nuestras partes interesadas y el análisis de contexto que se viene realizando desde hace ya bastantes años.

La estrategia de la empresa ha sido modificada motivando el cambio de nuestro portfolio de productos a otros cada vez más sostenibles y eficientes. También se ha desarrollado herramientas que permitan su medición y comparación con otros escenarios para facilitar la toma de decisiones.

**Comunicación ambiental**

**35.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los empleados y a otros grupos de interés?**

**35.1. Información adicional.**

Comunicamos periódicamente a nuestro personal y a nuestros accionistas la evolución de nuestros indicadores medioambientales y energéticos.

Incorporamos una web dirigida a influir en la compra de nuestros productos más sostenibles: green month campaign.

**VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE**

**Priorización de temas**

**36.- Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)**

-

**Valoración Global**

**37.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?**

**Puntos fuertes y áreas de Mejora**

**38.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?**

Podemos enunciar varios como:

? Pertenencia a un grupo multinacional ejemplo de sostenibilidad a nivel mundial

? Disponer de un importante capital humano

? Eficiencia energética y sostenibilidad de los productos que fabricamos

- ? Seguridad y salud laboral
- ? Diversidad e inclusión

**39.- ¿Podría enunciar un area de mejora?**

- ? Visibilidad de la empresa
- ? Comunicación a nuestras partes interesadas
- ? Presupuesto asignado anualmente para la parte social.

**Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible**

**¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?**

**En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?**

**Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuales son?**